



|              |                                                                             |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Title        | 大学が地域でできること                                                                 |
| Author(s)    | 川島, 洋一                                                                      |
| Citation     | デザイン理論. 2020, 75, p. 92-93                                                  |
| Version Type | VoR                                                                         |
| URL          | <a href="https://doi.org/10.18910/75360">https://doi.org/10.18910/75360</a> |
| rights       |                                                                             |
| Note         |                                                                             |

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

## 大学が地域でできること

川島 洋一 福井工業大学

### デザインと地方創生

大学が地域において期待されている。少子高齢化が急速に進むわが国において、地域活動のプレイヤーとなるべき人物や組織が固定化し、発想や活動がマンネリ化するなかで、地方創生に必要なといわれる「よそ者」「若者」「バカ者」が全部揃っているのが大学である。おりしも少子化のために経営基盤が脆弱化している地方大学にとって、自らが立脚する地域を将来にわたり盛り上げると同時に、地域のなかで大学の存在感を示すことは、地域と大学の双方にとって不可欠となっている。

一方、広義のデザインが地方創生にとってきわめて重要であることはいうまでもない。しかし、専門家以外のデザインに対する理解に差がある現状において、デザインはどのように地域のなかで生かされてきたのだろうか？

### 地域とデザインの関わり

そこで、地方創成にデザインが関わってきた経緯を、5つのステージに分類する試論を用意した。

#### ① ステージ1

地方都市が危機意識を持ち、自治体や企業が地域や商品のブランディングのために全国区の有名デザイナーを呼んで依頼。（良くも悪くも大先生の作品ができて終わること多し。資金面から継続性に難あり）

#### ② ステージ2

もっとしっかり地元に入り、地域資源を発掘しながら商品開発や地域づくり活動を行うデザイナーに依頼。山崎亮、立川裕大、ナガオカケンメ

イなど。

#### ③ ステージ3

地域活性化には若者が必要と、地元大学生を巻き込む動き。国もCOC+のような補助金を用意して応援している。全国に多数の事例あり。（ノウハウに大きな差。貴重な「若者資源」が豊富なことからますます期待されるが、学生や大学人のマンパワーをタダと勘違いされ徐々に疲弊している）

#### ④ ステージ4

若手クリエイターの新しい発想や手法で独自の動きを見せる。（寛裕介、馬場正尊、大島芳彦などにより続々と新しい事例が出現中）

#### ⑤ ステージ5

新しい公共性の発想により、デザインの枠組み自体を変えていく動き。田中元子、新山直広など。

これらの各ステージは、バブル期前後にはじまったステージ1から最新のステージ5まで、おおむねこの順に出現してきたとはいえ、どのステージも現在進行形であり、継続性に難があることが広く認識されてきたステージ1を除けば、新しいものほど優れているとは一概にいけない。

今回のテーマである大学はステージ3であり、広義のデザイン系の学科は特に重宝がられる。デザインという行為には最初の発想からその実現方法の考案、実際に最終成果物を制作する手段までのすべてのプロセスが含まれており、学生の教材になるという大義名分もあって、安易に依頼され、アイデアや労働力が（気づかれずに）消費される傾向にある。今回の論点ではないが、問題点として指摘しておきたい。

## 新しい公共性へ

注目すべきなのは、デザインがデザイナーによってのみ可能な特殊技能と考えられていたステージ1やステージ2の時代よりも、後になるほどデザインの意味が拡大し、その担い手も広がりを見せている点である。特におおむね2010年代に入って以降は、「新しい公共性」の考え方が浸透し、地方創生の担い手が国や地方自治体などの「公」から、企業や商店などの小規模な団体、さらには意欲的な個人のような「民」へと移行している点である。小回りのきく市民が、新しい発想で地域の現状に立ち向かい、それを公がさまざまな面から支援するのは、ある意味で民主主義的な公共性のあり方としては理想的な姿である。

組織の規模としては、それよりやや大きな大学は、学科や研究室、あるいはさらに小さな単位でも活動可能であり、さまざまな単位でその規模にふさわしい目的で活動し、安易に消費されない地域活動のプレイヤーとして機能するならば、他の方法ではできないことが、従来の大学の枠組みを超えて実現できる新しい存在になれるかもしれない。

## 福井工業大学デザイン学科による事例紹介



図1 みささち（若狭町みさき漁村体験施設）

福井県三方上中郡の常神半島神子にあった旧岬小学校が廃校になり、福井工業大学セミナーハウスとして使うことを提案。教員と学生が校舎のリノベーションデザインを手がけ、2018年4月に新しい施設としてオープンした。グラウンドの横は砂浜。ゼミや部活動の合宿施設として利用されている。



図2 福井へしこサミット

へしこはサバなどの魚介類をぬか漬けにした福井県の伝統的な保存食品。若い世代にとって縁遠くなったへしこの可能性を探るため、生産者に協力を求め、福井各地のへしことその食文化を紹介し、学生が実際に製造にも挑戦する。今後も継続予定。



図3 じじぐれ祭り

福井市美山地区にある上味見村に伝わる伝統的な祭。毎年5月5日の早朝から村人が山に入り、新緑を採取してお神輿を手づくりする。デザイン学科では9年間この村の活性化に取り組み、村人の高齢化により神輿の担ぎ手が足りないことから学生が協力。貴重な文化を残すため、映像資料としてアーカイブ化するなどの活動を行っている。